

**PERSEPSI KOMUNITAS YOUTH DI SOLO TERHADAP IKLAN AXIS
BRONET 4G #OWSEM**

Oleh :

LIDWINA MILKHA HANDANI

362014094

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA**

SALATIGA

2018



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lidwina Milkha Handani
NIM : 362014094 Email : lidwinamilkha07@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Persepsi komunitas youth di Solo Terhadap Iklan
AXIS BRNET 4G #HOUSEM
Pembimbing : 1. Sampurno, S.pd., M.Si.
2. Ester Krisnawati, S.Sos., M.I.Kom

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 6 Desember 2018



Lidwina Milkha Handani
Tanda tangan & nama orang-orang



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lidwina Miltha Handani
NIM : 362014094 Email : lidwinamiltha07@gmail.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul tugas akhir : Persepsi Komunitas Youth di Solo Terhadap Iklan
AXIS BRONET AG #OWSEM

Dengan ini saya menyerahkan hak non-eksklusif* kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):


- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing I/II dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

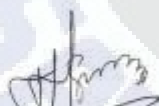
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

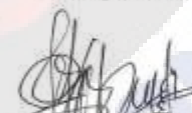
Salatiga, 6 Desember 2018


Lidwina Miltha Handani
Tanda tangan di nama terang mahasiswa

Mengetahui,

1956


Samudro, S.Pd., M.Si.
Tanda tangan di nama terang pembimbing I

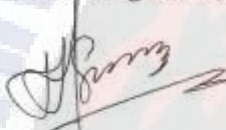

Eferi Kristowati, S.Sos., M.I.Pem
Tanda tangan di nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

Judul skripsi : PERSEPSI KOMUNITAS YOUTH DI SOLO
TERHADAP IKLAN AXIS BRONET 4G
#OWSEM
Nama Mahasiswa : LIDWINA MILKHA HANDANI
NIM : 362014094
Program studi : KOMUNIKASI

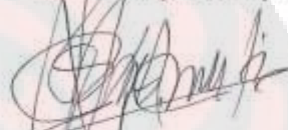
Disetujui Oleh,

Pembimbing Utama,



Sampurno, S.pd., M.Si.

Pembimbing Pendamping,



Ester Krisnawati, S.sos., M.I.Kom

Diketahui Oleh,

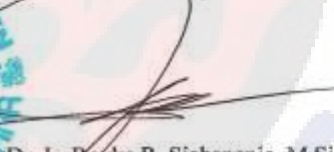
Kaprodi,



Budhi Widi Astuti, S.I.Kom, MA

Disahkan Oleh,

Dekan,



Dr. Ir. Royke R. Siahanenia, M.Si

Disetujui tanggal : 7 Desember 2018

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA

SALATIGA

2018

MOTTO

Keberhasilan diperoleh tidak dengan cara instan. Namun, dengan usaha yang keras, tekad yang kuat dan tentunya berdoa dengan sungguh, keberhasilan itu akan berada ditelapak tanganmu.

Belajar dari kegagalan. Gagal coba lagi dong!

Kolose 3:23

Apapun juga yang kamu perbuat, perbuatlah dengan segenap hatimu seperti untuk Tuhan dan bukan untuk manusia.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk Tuhan Yesus tercinta, Orang Tua saya Handono Sudjianto, S.H. dan Ong Tjien Kioe Nio yang saya hormati, cintai dan banggakan, kakak saya Yonathan Ade Pradana Sudjianto, S.E. yang saya sayangi, diri saya sendiri Lidwina Milkha Handani, teman – teman Unlimited komse, serta sahabat – sahabat saya yang tak lelah untuk mendukung, mendoakan, memotivasi sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih karunia, cinta, hikmat, berkat, dan anugerah serta dukungan yang telah diberikan kepada penulis sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sebagai kelengkapan untuk memperoleh gelar kesarjanaan dalam program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Satya Wacana.

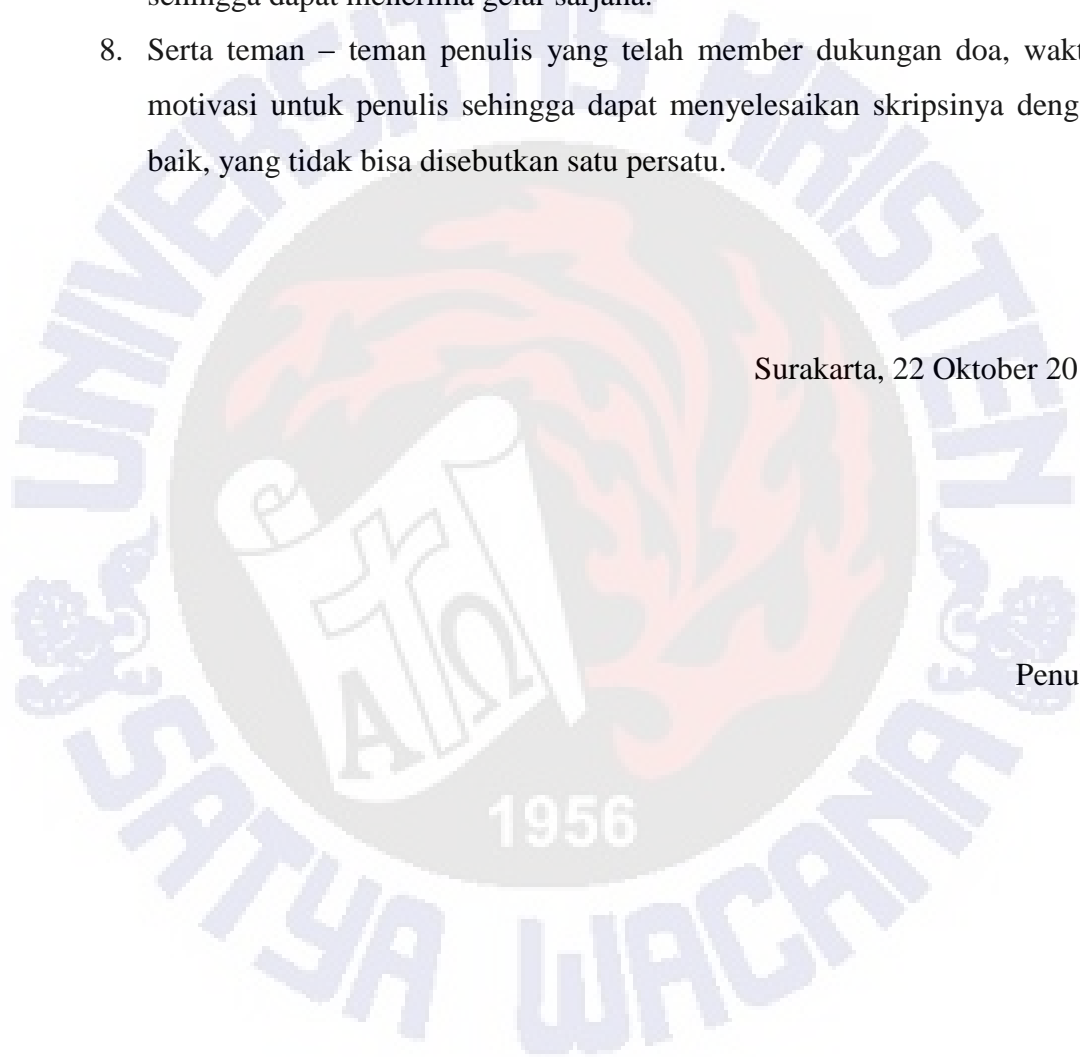
Tidak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan mendukung penulis hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Persepsi Komunitas Youth Di Solo Terhadap Iklan Iklan Axis Bronet 4G #Owsem” dapat diselesaikan dengan baik. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas kehendak dan penyertaan-Nya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu di Universitas Kristen Satya Wacana dan senantiasa memberikan kesehatan serta kekuatan selama penulisan Skripsi ini hingga selesai.
2. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan baik dalam doa maupun materi. Serta kakak yang selalu memberikan dukungan doa dan memberikan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Sampoerno, S.Pd., M.Siselaku Dosen Pembimbing 1, Ester Krisnawati selaku Dosen Pembimbing 2, Dr. Ir. Sri Suwartiningsih, M.Si. Selaku Dosen Penguji, Budhi Widi Astuti S.I.Kom, M.A. sebagai Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah yang telah memberikan inspirasi dan motivasi, berusaha dengan sabar dan cermat dalam membimbing dan mengarahkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
4. Dekan dan segenap Dosen FISKOM yang telah banyak membekali penulis dengan ilmu dan materi selama kuliah sehingga penulis dapat menerapkannya dalam kegiatan Praktek Magang Profesi.
5. Segenap staff Tata Usaha FISKOM yang juga telah banyak membantu dalam persiapan administrasi.

6. Narasumber yang telah memberikan kesediaan waktu untuk menjawab semua pertanyaan yang saya berikan guna memperlancar penulisan Skripsi ini yang penulis tidak dapat sebutkan satu persatu
7. FISKOM UKSW khususnya angkatan 2014, yang sudah saling *support* satu sama lain untuk sama – sama berjuang menyelesaikan Tugas Akhir sehingga dapat menerima gelar sarjana.
8. Serta teman – teman penulis yang telah member dukungan doa, waktu, motivasi untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsinya dengan baik, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Surakarta, 22 Oktober 2018

Penulis



ABSTRACT

This study has reported that the Youth community in Surakarta is associated with the Axis Bronet High School 4G #OWSEM. Selected researchers as part of this plan, from Axis advertisements can give rise to a number of different perceptions from each resource person. This study used a qualitative method with data analysis models of Miles and Huberman. This method uses an interview method with 5 interviewees who are members of the Surakarta Youth Community and 1 interviewee who has a background as an advertising expert to retrieve data from the validity of the study. The results of this study indicate all sources of sources involved in this study, namely Axis bronet 4G #OWSEM ad is interesting and able to entertain audiences like millennials.

All of these things are confirmed by the provisions of Mr. Irfan as the advertising expert who was also interviewed. He said that this ad used a variety of humor that was in accordance with the company in this study. The concept of the Axis Bronet 4G #OWSEM ad is successful: from the advertisement using humor this can increase the attractiveness of this ad.

Key word: perception, Ad concept, Humor Approach, and 4G Axis Bronet Ad #OWSEM

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	i
MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRACT	vi
SARIPATI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	11
1.2. Rumusan Masalah	20
1.3. Tujuan Penelitian	21
1.4. Manfaat Penelitian	21
1.5. Batasan Penelitian	21
1.6. Definisi konsep	21
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1. Periklanan.....	22
2.2. Daya tarik pesan iklan.....	24
2.3. Persepsi	26
2.3.1. Proses terjadinya Persepsi	26
2.3.2. Faktor pembentuk persepsi	28
2.3.3. Faktor yang mempengaruhi perbedaan persepsi	28
2.3.4. Faktor fungsional yang menentukan persepsi	29
2.3.5. Faktor struktural yang menentukan persepsi	29
2.1. Khalayak	29
2.5. Penelitian Terdahulu	30
2.6. Kerangka pikiran.....	34
BAB 3 METODE PENELITIAN	
3.1. Pendekatan penelitian& Jenis Penelitian	35
- Pendekatan penelitian.....	35
- Jenis Penelitian.....	35
3.2. Unit Analisa dan Unit Amatan.....	36
3.3. Lokasi Penelitian.....	36
3.4. Jenis dan sumber Informasi.....	37
3.4.1. Jenis data primer	37

3.4.2. Jenis data sekunder.....	37
3.4.3. Sumber Informasi.....	37
3.5. Metode Pengumpulan Data	38
3.5.1. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1.1. Wawancara	38
3.5.1.2. Studi pustaka.....	39
3.6. Teknik Analisis Data.....	39
3.7. Keabsahan data.....	40

BAB 4 PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Axis	42
4.2. Deskripsi Iklan Axis Bronet 4G #Owsem.....	42
4.3. Daya Tarik Iklan	43
4.4. Persepsi Khalayak Terhadap Iklan Axis	45
4.4.1. Sensasi.....	46
4.4.2. Atensi	47
4.4.3. Interpretasi.....	49
4.4.4. Persepsi	51
4.4.5. Faktor yang menyebabkan kemiripan pendapat	55

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	57
5.2. Saran.....	58

DAFTAR PUSTAKA	59
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	62
-----------------------	-----------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Iklan Axis Versi Cak Noris (2013)	12
Gambar 2. Iklan Axis HAP Si Jago Tangkap Versi Pertama – Biografi (2013)...	13
Gambar 3. Iklan Axis HAP Versi Berkah Ramadhan (2013)	13
Gambar 4. Iklan HAP Versi Tangkap Kebajikan (2013)	13
Gambar 5: Iklan Axis Internet Big Sale (2013)	14
Gambar 6: Iklan Axis Kartu Perdana Emas (2013)	14
Gambar 7: Iklan Axis Internet Gaul (2014)	14
Gambar 8: Iklan Axis Unlimited BBM (2014)	15
Gambar 9: Iklan Axis Gratis Nelpon Pake Aplikasi Viber (2014)	15
Gambar 10: Iklan Axis & XL Bersahabat (2014)	15
Gambar 11: Iklan Axis Iritologi No 36 - Sudirman (2015)	16
Gambar 12: Iklan Axis Iritologi No 54 – Cekrek Upload (2015)	16
Gambar 13: Iklan Axis Iritologi No 72 – Gaol (2015).....	16
Gambar 14: Iklan Axis Iritologi No 81 – KZL Legend (2016).....	17
Gambar 15: Iklan Axis Iritologi No 18 – Rabu Rawit (2016)	17
Gambar 16: Iklan Axis Hitz (2017)	17
Gambar 17: Potongan gambar pada iklan Bronet 4G #OWSEM	18
Gambar 18 : Tahap Persepsi	27
Gambar 19: Komponen data kualitatif	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Wawancara Narasumber	62
---	----

